

Los refrescos en España han reducido el azúcar casi a la mitad en menos de 20 años

- El sector de las bebidas refrescantes ha conseguido una reducción de azúcar del 45% en menos de 20 años
- El objetivo fijado para 2025 es alcanzar una reducción del 53% respecto a 2005
- El 60% de las bebidas que se comercializan en España ya son opciones bajas o sin azúcar, variedades que han crecido un 4,4% en el canal hostelero en el último año

Madrid, 22 de noviembre de 2023.

El sector de las bebidas refrescantes ha **reducido en un 45% la cantidad de azúcar desde 2005** y está cerca de alcanzar el objetivo que se había marcado para 2025, una reducción del 53%. Estos resultados, que cuentan con el **aval del Instituto Cerdá**, se han presentado en el Encuentro Anual del Sector de las Bebidas Refrescantes celebrado hoy bajo el lema **"Transformando el futuro de los refrescos"**. La reducción de azúcar es uno de los principales compromisos de la industria para contribuir al bienestar de los consumidores y está integrada en su Estrategia de Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

En la cita anual del sector, se ha puesto en valor la transformación que han experimentado los refrescos en las últimas décadas, que se materializa especialmente en la reducción de azúcar, y que se consigue gracias a la apuesta por la **innovación**, al compromiso con el **bienestar** y al entendimiento de las nuevas necesidades y **estilos de vida** de los consumidores españoles.

Desde el Instituto Cerdá, entidad que ha realizado el análisis de la hoja de ruta del sector en materia de reducción de azúcar, se han destacado los resultados alcanzados y el ejercicio de rigor y transparencia que realiza el sector de las bebidas refrescantes, haciendo un **seguimiento exhaustivo de todas las categorías de productos** que lo sitúa como referente dentro de la industria de alimentación y bebidas.

El compromiso del sector con el bienestar de los consumidores tiene una larga trayectoria. Concretamente, la industria de los refrescos fue pionera al formular exigentes compromisos sectoriales voluntarios en materia de reducción de azúcar y también se adhirió al *"Plan de Colaboración para la mejora de composición de los alimentos y bebidas y otras medidas 2017-*

2020" de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN), superando los objetivos establecidos.

Los consumidores buscan opciones sin azúcar

Las variedades de **refrescos bajos en azúcar o sin azúcar** ya dominan la oferta del sector en el mercado español, representan un **60%** del total del porfolio y ganan peso entre los consumidores. En **hostelería**, que es el principal canal de ventas del sector, las opciones bajas en o sin azúcar **han crecido un 4,4%** en el último año.

En consonancia con estos datos se observa entre los consumidores españoles una tendencia hacia una mayor atención al cuidado personal y los hábitos saludables. De hecho, el **65% de los consumidores** de refrescos en España declara que **practica ejercicio con frecuencia y que sigue una dieta sana**, según la Radiografía del consumidor de refrescos 2023 realizada por Kantar Worldpanel.

El consumo de refrescos, por tanto, se mantiene vinculado al estilo de vida mediterráneo y social propio del país. De hecho, **8 de cada 10 españoles** consumen estas bebidas en contextos de **encuentro social** como aperitivos, comidas y cenas en compañía.

Nuevo presidente de la Asociación de Bebidas Refrescantes

En el Encuentro Anual del Sector ha tomado posición como nuevo presidente de la Asociación de Bebidas Refrescantes, **Iker Ganuza, director general de PepsiCo en España**. Ganuza sucede en el cargo a Sara de Pablos, consejera delegada de Suntory Beverage & Food Iberia y presidirá la Asociación en los próximos dos años. Por su parte, Pilar Puértolas, directora general de Sanmy, asume la vicepresidencia.

El nuevo presidente de la Asociación de Bebidas Refrescantes ha destacado el gran **arraigo y tradición** del sector en nuestro país y, al mismo tiempo, la capacidad de la industria para innovar, adelantarse y evolucionar con la sociedad. También ha hecho hincapié en el compromiso en reducción de azúcar: *"estamos transformando los refrescos y lo hacemos porque queremos que nuestros consumidores continúen disfrutando de nuestros productos como parte de una dieta equilibrada y saludable, contribuyendo a su bienestar"* y ha recordado los compromisos del sector en **política escolar** (ej. las bebidas refrescantes no están presentes en centros de educación primaria, **o en autorregulación publicitaria** (ej. el sector no realiza publicidad dirigida a menores de 13 años).

Sobre la Asociación de Bebidas Refrescantes

Es la organización empresarial que representa a esta industria en España. Creada en 1977 agrupa a la mayoría de las empresas dedicadas a la elaboración y comercialización de estas bebidas en nuestro país. Desde 2012 cuenta, además de con asociados, con colaboradores, empresas relacionadas con el sector o con intereses comunes. La Asociación de Bebidas Refrescantes forma parte de organizaciones nacionales e internacionales como la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB), la federación europea que agrupa las Asociaciones de bebidas refrescantes (UNESDA), o la Asociación Nacional del Envase de PET (ANEP), entre otros.